

März 2021



*Michael de Gelmini  
Head of brand+content  
communication*

## Was kommt eigentlich nach Social Media?

*Das Internet ist mit seinen 1,3 Milliarden Websites in den letzten 25 Jahren so schnell gewachsen wohl kaum eine andere menschliche Erfindung.*

*Einen Großteil des Traffics vereinen jedoch Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter oder LinkedIn auf sich.*

**CBE****DIGIDEN**

Know how to communicate

# Bildschirmmagnet

## Social Media

*Schätzungsweise 3,6 Milliarden User nutzen wenigstens einen der digitalen Dienste, die unsere Gesellschaft in kürzester Zeit so radikal verändert hat, dass die Frage nach dem »Danach« sich mehr und mehr aufdrängt.*

Natürlich rücken wir durch die Sozialen Medien und den Gebrauch von Smart Phones näher zusammen, können uns schneller, besser, öfter erreichen als noch vor 10 Jahren, und zum Beispiel erfolgreiche Crowd Funding Kampagnen starten, um Menschen in Not zu helfen. Die Vorteile sozialer Netzwerke liegen auf der Hand.

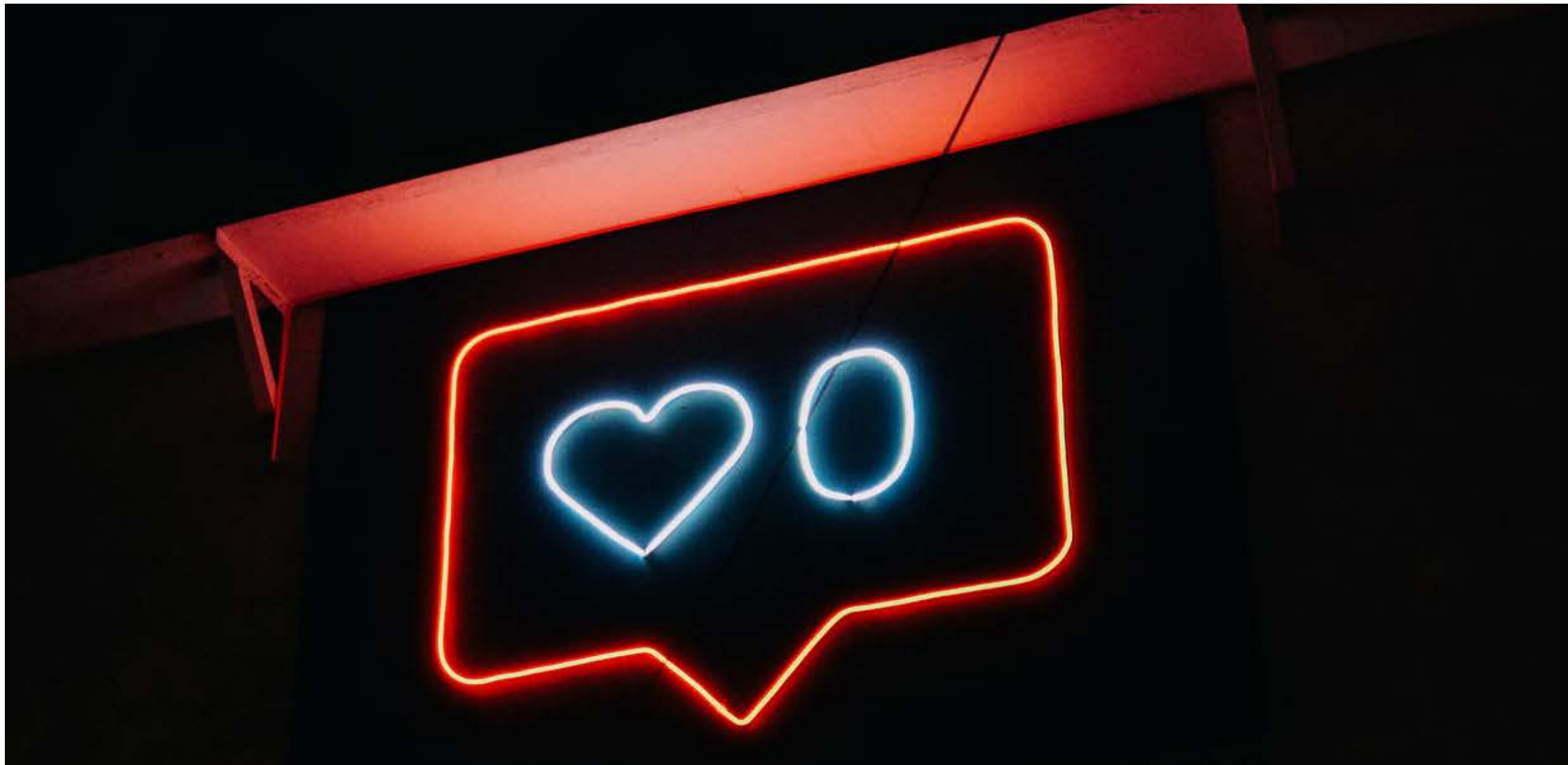
Doch es sind bei Weitem nicht mehr bloß die rein praktischen Aspekte, die uns an die Displays fesseln. Durch ein fortlaufend optimiertes Userinterface und immer raffinierter werdende Algorithmen versuchen die Architekten der großen Plattformen, die Aufmerksamkeit von Nutzern dauerhaft zu binden. Denn mit dieser lässt sich bekanntlich viel Geld verdienen. Unsere Aufmerksamkeit wird an Werbende verkauft, und da man unser Nutzerverhalten genauestens kennt, ermöglicht dies personalisierte Werbung.

Das muss erst einmal nicht zwangsläufig schlecht sein. Ab und an freut man sich, wenn einem Instagram z. B. Werbung für ein krasses Nischenprodukt ausspielt, was einen unter Umständen auch wirklich interessiert. Denn nichts ist nerviger als Werbung, die absolut keine Relevanz für einen selbst hat. Das Problem, was wir aktuell jedoch haben, ist, dass Social Media Marketing kein Geheimnis mehr ist und man eine riesige Konkurrenz auf diesem Gebiet vorfindet.



## Der Algorithmus weiß, was uns interessiert

Das erhöht die Preise für diejenigen, die wirklich gesehen werden wollen. Hinzu kommen die Algorithmen. Nicht nur Paid Content unterliegt ihren Spielregeln, auch unser Newsfeed wird durch sie bestimmt. Dabei unterscheiden Algorithmen zum Beispiel nicht zwischen wahren und falschen Informationen und sind somit unter anderem mitverantwortlich für die großflächige Verbreitung von »Fake News« und eine damit einhergehende Spaltung unserer Gesellschaft. Der Algorithmus erkennt zum Beispiel, dass ein Video mit verschwörungstheoretischen Inhalten derzeit viral geht und verkauft dann Werbeflächen in Verbindung mit diesem Content an den Höchstbietenden.



Ein guter Grund für Facebook, wenig im Kampf gegen Falschinformationen zu unternehmen. Hinzu kommt, dass der Algorithmus aus der Erkenntnis, dass Fake News Content gut performt, versucht, diesen immer mehr Nutzern aufzutischen. Nutzern, die sich eigentlich in ganz anderen Interessensbereichen bewegen. Es ist also nicht die Lernfähigkeit zu verstehen, dass wir Katzenvideos mögen, sondern die Fähigkeit, uns zu erziehen und Inhalte zu mögen, von denen wir gestern noch gar nicht wussten, dass wir sie jemals mögen würden. Das funktioniert, weil sich die Architektur der Algorithmen bewusst unsere psychologischen Schwächen zunutze macht. Und während sich Rechenkapazitäten und Computertechnologien weiterhin rasend schnell weiterentwickeln, bleibt unser Gehirn, sozusagen die menschliche Hardware, unverändert.

Es wird keine Zeit nach den Sozialen Medien geben, dafür sind die Vorteile einfach zu groß. Aber in Zukunft wird ein Faktor ganz entscheidend werden: Die zunehmende Sensibilisierung der Verbraucher für ihre Daten und wie mit ihnen umgegangen wird. Auch wird unter der aktuellen Dauerbeschallung die Aufmerksamkeit für Anzeigen auf den Sozialen Medien zwangsläufig sinken.

Gut möglich, dass dies eine Trendwende zufolge haben wird und deshalb klassische Marketing-Maßnahmen ein Comeback erleben werden.

*Haben Sie Fragen?  
Sprechen Sie uns gerne an!*



**Michael de Gelmini**  
Head of brand+content communication  
T 030.81 884-120  
E [michael.de.gelmini@cbe-digiden.de](mailto:michael.de.gelmini@cbe-digiden.de)

***Durch Kommunikation bewältigen wir Transformationsprozesse.***

*Veränderung ist zur Normalität geworden. Sie treibt uns an, wie nie zuvor, entscheidet über Erfolg und Misserfolg und darüber, wo morgen das Next Big Thing startet. Kommunikation ist das Narrativ für die gemeinsame Vision, die Story für den Erfolg, die Tonalität für die gemeinsame Kultur. Kommunikation bewegt und hat die Kraft, alles zu verändern.*

*Wir begegnen der Komplexität unserer Welt durch Klarheit. Mit unseren relevanten Kompetenzen – analog, live und digital – und einem Blick, der sowohl Inside-out- als auch Outside-in-Perspektiven berücksichtigt, schaffen wir bemerkenswerte und wirksame Kommunikation, die komplexe Themen zu den Menschen bringt und Marken ins Leben.*

*Dieses Credo treibt uns an. Seit über 20 Jahren.*

know how in  
Berlin

Franklinstraße 27  
10587 Berlin  
T +49.30.81884-0  
E [berlin@cbe-digiden.de](mailto:berlin@cbe-digiden.de)

know how in  
Stuttgart

Sieglestraße 33g  
70469 Stuttgart  
T +49.711.806092-0  
E [stuttgart@cbe-digiden.de](mailto:stuttgart@cbe-digiden.de)

[cbe-digiden.de](http://cbe-digiden.de)